

PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS

I. Datos Informativos

Código	: 2014008
Carrera	: Comunicación, Comunicación Audiovisual y Cine, Comunicación y Publicidad Transmedia, Comunicación e Imagen Corporativa, Comunicación y Periodismo.
Semestre	: 2020-II
Ciclo	: 1° Ciclo
Categoría	: Formación Básica
Créditos	: 04
Pre-requisito	: Ninguno
Docentes	: Raúl Ortiz Mory

II. Sumilla

Esta asignatura de formación básica, tiene como objetivo introducir al alumno en la creación, redacción, producción y gestión de contenidos para medios masivos y digitales, escritos de forma clara, coherente y aplicables a diversos mensajes en función de medios, públicos y objetivos, respetando las normas idiomáticas, gramaticales y de sintaxis. Debido a su naturaleza, es un curso teórico y práctico.

La creación de contenidos es esencial para lograr una comunicación efectiva. Los comunicadores desde el principio de su carrera deben perfeccionar sus capacidades de investigación, análisis, redacción, recopilar, resumir y redactar textos breves que describan, expliquen y desarrollen un tema particular a través de artículos que se producen, editan y corrigen en forma colaborativa y transmedia.

El curso pretende reproducir las tareas de un área o agencias creativas, para provocar el desarrollo de contenido específicos, sean audiovisuales o digitales, al tiempo en que se elaboran estrategias creativas y procesos de comunicación digital, generando habilidades en la publicación de contenidos digitales innovadores e interactivos, en diversos formatos y para su distribución en diversos canales de comunicación o plataformas digitales.

III. Competencias

▪ General:

- Reflexiona sobre la producción y gestión de contenidos en distintos medios y formatos digitales, a partir de las plataformas digitales y transmedia, explorando sus posibilidades expresivas, estéticas y comunicativas, tanto desde el lenguaje hablado, escrito y gráfico, como del visual y del audiovisual, usando técnicas y herramientas interactivas.

▪ Específicas:

- Afirma y adquiere capacidades de lectura, análisis y redacción creativa.
- Desarrolla destrezas para producir contenidos y diseñar productos digitales y transmedia storytelling.
- Comprende los procesos creativos y de investigación para la producción de contenidos a través de plataformas transmedia.
- Analiza la realidad nacional para la producción de contenidos en distintas plataformas.

IV. Contenidos

1ª Semana

- Importancia de la lectura y la redacción.
- La redacción como procedimiento para ordenar y plantear ideas.
- Técnicas de redacción: De la pirámide invertida a la escritura para la web.
- Práctica dirigida.

2ª Semana

- Introducción a los contenidos digitales y las herramientas web.
- La convergencia digital. Los proyectos multimedia y transmedia.
- Casos de productos originales para medios tradicionales y para la web.
- El plan de comunicación digital.

3ª Semana - Evaluación Continua 1

- Las redes sociales como parte de la estrategia de comunicación para construir imagen.
- Las redes sociales y su utilización en los medios de comunicación.
- El consumo en la web: el consumidor, el prosumer y el fan.

9ª Semana

- Textos y estrategias virales
- Textos y estrategias de sponsorización
- Producción audiovisual, redactar pensando en imágenes.

4ª Semana

- Gestión de una comunidad digital.
- De la conversación a la conversión.
- La importancia de la personificación de marca.

5ª Semana

- Conceptos clave de creación y publicación de sitios web.
- ¿Cómo Redactar para Google?

6ª Semana - Evaluación Continua 2

- Uso de blogs y sus posibilidades con diversas herramientas como Blogger y Wordpres.
- Youtube y la nueva tendencia de los videoblogs.

7ª Semana

- Los formatos básicos: Entrevista, making, magazín, ficción, spot publicitario, webcams temáticas, formatos 2.0, streaming.

11ª Semana - Evaluación Continua 3

- La creatividad como proceso.
- Técnicas de redacción en formatos tradicionales y digitales.
- La metodología del Design Thinking aplicada a producción de contenidos.

12ª Semana

- La evolución de los géneros narrativos.
- Estructura de guiones de ficción.
- Prosa moderna, redacción hipervinculada.
- Novelas, juegos y películas transmedia.

13ª Semana

- Guiones y maquetación de contenidos digitales.
- Diseño y producción de piezas audiovisuales.

14ª Semana - Evaluación Continua 4

- Técnicas de observación e investigación para la producción de contenidos.
- La evolución de la televisión de la prensa y televisión peruana, sus fuentes de inspiración actual y su tendencia futura.

15ª Semana

- Redacción Publicitaria.
- La importancia del concepto central creativo.

8ª Semana - Examen Parcial + Clase

- El cine nacional y sus principales inspiraciones internacionales.
- Los Comics como elementos de comunicación.

10ª Semana

- Fuera del canal: Festivales, institutos, universidades, congresos y conferencias.

16ª Semana – Examen Final

V. Metodología

La plataforma virtual empleada es el Classroom de Google Suite for education donde se compartirá los recursos didácticos de cada una de las sesiones, empleando el Meet como medio de comunicación sincrónica para la ejecución de las sesiones de aprendizaje además de: Drive, Gmail, hoja de Cálculo, Document, Chat, You Tube, Hangout. Uso de aplicativos del Software gratuito Adobe CC-10: Photoshop, Illustrator, InDesign, Premiere Pro, Spark y Acrobat Pro. Las técnicas didácticas en la modalidad remota son análisis, descripción, diálogo, ejemplificación, ejercitación, lectura reflexiva, trabajos en equipos pequeños, producción de ensayos en forma individual y de temas particulares, conversación, exposición, práctica guiada y práctica autónoma, investigación de repositorios, aprendizaje colaborativo basado en problemas y soluciones, invitados profesionales por especialidad por conexión meet, portafolios virtuales personalizados, sustentaciones, producción y realización de proyectos audiovisuales y lectura de fuentes utilizando los recursos consignados en la plataforma Classroom, diapositivas estandarizadas con estrategias de cada docente, videos seleccionados para reforzamiento, etc. Además se podrán utilizar los aplicativos como Kahoot, Mentimeter, Facebook entre otras conforme a las necesidades y requerimientos.

VI. Actividades de investigación formativa

La experiencia curricular del curso atiende al proceso de investigación formativa a través de la elaboración de una investigación que sustente la producción de contenidos que se presentará en el examen final.

VII. Evaluación:

La evaluación es permanente durante el desarrollo de las sesiones de clase. Cuestionarios en línea, Exposiciones individuales y grupales, Rúbricas objetivas, participación en debates a través de foros virtuales, presentación de E-Portafolios, presentación de infografías y mapas mentales, Solución individual de casos, Participación en Video-Conferencias, entre otros.

El promedio final del curso es resultado de un ponderado, compuesto por lo siguiente:

- Examen parcial (30%)
- Evaluación Continua (40%) → Se registra en cuatro momentos (10%, 10%, 10% y 10%= 40%)

- Examen Final (30%)

Los resultados de la evaluación CONTINUA 4 se entregarán y publicarán en paralelo a los resultados del Examen Final.

VIII. Fuentes bibliográficas:

Nº	CÓDIGO CIDOC	FUENTE
1	EBSCO: Art Source	Alberich-Pascual, Jordi; Gómez-Pérez, Francisco-Javier (2016). Exploraciones transmedia en la creación cinematográfica colaborativa iberoamericana contemporánea. Artnodes, Issue 18, p28-36, 9p. Recuperado desde: http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=11&sid=24ae2a58-0b68-46c4-b87b-469b68b03090%40sessionmgr102&hid=123
2	EBSCO: Art Source	Sánchez-Mesa, Domingo; Alberich-Pascual, Jordi; Rosendo, Nieves (2016). Narrativas transmediales. Artnodes, Issue 18, p2-7, 6p. Recuperado desde: http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=6&sid=24ae2a58-0b68-46c4-b87b-469b68b03090%40sessionmgr102&hid=123
3	Repositorio UCAL	Gutiérrez Olórtegui, Mario (2002). La televisión en la era digital: La interactividad del futuro cercano. Recuperado de: http://repositorio.ucal.edu.pe/handle/ucal/164
4	EBSCO: Art Source	LEVATO, Vanini (2013). Redes Sociales, lenguaje y tecnología Facebook. Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación, Vol. 14 Issue 45, p65-77, 13p. Recuperado desde: http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=3&sid=ccd296d4-b823-4673-b27e-7a5c82146214%40sessionmgr120&hid=123
5	302.2/L83	LUCAS MARÍN, Antonio (2009). La nueva comunicación. Madrid: Trotta.
6	468/M26	VIVALDI, Gonzalo Martín (2008). Curso de redacción: teoría y práctica de la composición y del estilo. Madrid: Paraninfo.
7	302.234/B83	BRIGGS, Asa (2006). De Gutenberg a internet: Una historia social de los medios de comunicación. Madrid: Santillana Ediciones.

Fuentes complementarias

EÍTO-BRUN, Ricardo (2013). Gestión de contenidos. Editorial UO, Madrid.

SASTRÓN MARTÍN, Juan Ignacio (2015). Apuntes de la Gestión de Contenidos y Producción Informativa. Editorial Fragua, Madrid.

ZACAULA, Frida, ROJAS Elizabeth y VITAL, Alberto. (1999). Lectura y redacción de textos. Ed. Santillana Editores. Madrid.

ooo